

Nowoczesne Systemy Zarządzania
Zeszyt 12 (2017), nr 4 (październik-grudzień)
ISSN 1896-9380, s. 105-117



Instytut Organizacji i Zarządzania
Wydział Cybernetyki
Wojskowa Akademia Techniczna
w Warszawie

Modern Management Systems
Volume 12 (2017), No. 4 (October-December)
ISSN 1896-9380, pp. 105-117

Institute of Organization and Management
Faculty of Cybernetics
Military University of Technology

Uwarunkowania osobowościowe kreatywności. Kreatywność – cecha pozytywna czy negatywna?

Determinants of personality. Creativity – feature positive or negative?

Katarzyna Gurmińska

Wojskowa Akademia Techniczna

Abstrakt. W artykule została podjęta analiza osobowościowych uwarunkowań kreatywności. Podano także cechy osób kreatywnych takie jak: wytrwałość, androgynia psychologiczna, inteligencja, wyobraźnia itd. Kreatywność w artykule opisywana jest jako cecha. Zwrócono uwagę na pozytywne i negatywne aspekty kreatywności. Do negatywnych należą między innymi: narcyzm, przeżywanie negatywnych emocji, nonkonformizm, nieszczerłość itp.

Słowa kluczowe: psychologia zarządzania, psychologia twórczości, kreatywność, innowacyjność.

Summary: In this article was conducted analysis of determinants of personality creativity. The characteristics of creative people are given, such as perseverance, androgyny, intelligence, imagination, etc. The creativity in the article is understood as a personality trait. Attention was drawn to the positive and negative aspects of creativity. Negatives include narcissism, negative emotions, nonconformism, insincerity, etc.

Keywords: psychology management, psychology of creativity, creativity, innovation.

Wstęp

Czy osoby kreatywne cechuje jakaś specyficzna, odmienna osobowość, inna niż u osób mało kreatywnych? Czy wszyscy ludzie są kreatywni, tylko w różny sposób? Czy są jakieś cechy charakteryzujące osoby kreatywne? W artykule będzie poszukiwana odpowiedź na te pytania. Jednocześnie tytuł artykułu został sformułowany w prowokacyjny sposób. Kreatywność będzie traktowana jako cecha indywidualna (Nęcka, 2000). Kreatywność uważana jest, szczególnie w zarządzaniu, za cechę

pozytywną. Na wielu stanowiskach jest pożądana i atrakcyjna. W literaturze mówi się o twórczości przez duże „T”, wybitnej, rozumianej jako kreowanie trwałych wytworów, i małe „t”, czyli dotyczącej każdego (zob. Tokarz, 2005a; Nęcka, 2005a; Szopiński, 2013). Mówi się także o kreatywności przez małe „k” (Di Fiorre, 2016, 3.07.2017).

Często w literaturze pojawia się trudność związana z rozpatrywaniem twórczości i kreatywności. Te dwa pojęcia stosuje się zamiennie, a kłopot może wynikać z tego, że są ze sobą powiązane.

Kreatywność może być rozumiana jako pewien potencjał. Osoby twórcze, wykorzystujące swoje możliwości, muszą być kreatywne, natomiast osoby kreatywne niekoniecznie są twórcze. To czy kreatywność da rezultaty pod postacią twórczych wytworów zależy od różnych czynników. Rzadko zwraca się uwagę na kreatywność jako cechę negatywną. Jej ciemna strona często nie jest brana pod uwagę.

Tak rozumiana kreatywność to pomysłowość i oznaczać może także możliwość wytworzenia innowacji (zob. Antoszkiewicz, Antoszkiewicz, Piech, 2005; Nęcka 2000; West, 2000). W związku z zapotrzebowaniem na innowacje oczywiste staje się sprawdzanie w procesie rekrutacji, czy dana osoba jest kreatywna. Kreatywny pracownik to kapitał organizacji, który odpowiednio wykorzystany, może jej dawać wymierne korzyści.

1. Definiowanie kreatywności

Zainteresowanie kreatywnością jako cechą wynika z egalitarnego podejścia do twórczości (zob. np. Proctor 1998; Nęcka 2005a; Szopiński, 2013). Zakłada ono możliwości twórcze wszystkich ludzi, które mogą być rozwijane i są pożądane we wszystkich rodzajach aktywności ludzkiej, w życiu codziennym, pracy, w związkach itd. Kreatywność rozpatrywana indywidualnie odnosi się do możliwości rozwiązywania problemów oraz umiejętności zarządzania sobą (Jerzyk, 2006, s. 15). Najczęściej przyjmowana definicja kreatywności to zdolność wytwarzania wielu nowych idei (zob. Nęcka, 2005a; Sloane, 2005; Szopiński, 2013).

Kreatywność można traktować jako predyspozycję człowieka do twórczości albo też zdolności twórcze, które mogą być podstawą twórczości (Mataczak, Knopp, 2013, s. 121). Do zdolności twórczych można zaliczyć podejście problemowe, w którym osoba widzi różne problemy, wręcz ich poszukuje i potrafi je rozwiązywać, korzystając z metod heurystycznych. Dodatkową zdolnością jest myślenie dywergencyjne rozumiane jako poszukiwanie rozwiązań problemu w różnych obszarach i podejście do niego z różnych stron (Karwowski, 2010, s. 225).

Twórczość związana jest z domeną artystyczną, a kreatywność z domeną pragmatyczną (Szopiński, 2004, s. 20). Kreatywność bywa wymuszona. Okoliczności powodują jej pojawienie się, gdyż pomaga dostosować się do warunków i pozwala

na łatwiejszą adaptację (Antoszkiewicz, Antoszkiewicz, Piech, 2005, s. 163). Współcześnie kreatywność rozpatrywana jest na poziomie indywidualnym (Szopiński, 2013, s. 399). W związku z tym nie musi przejawiać się w wytworzeniu konkretnych dzieł. Może oznaczać autokreację, stwarzanie siebie, aktywne działanie, akceptację siebie oraz ciągły rozwój (Szopiński 2013, s. 501). Nęcka opisuje różne poziomy twórczości – na pierwszym poziomie jest tzw. „twórczość płynna” (Nęcka, 2005b, s. 10). To ona kształtuje się najwcześniej, jej podstawą są procesy poznawcze, emocjonalne i motywacyjne odpowiedzialne za powstawanie nowych pomysłów. W społeczeństwie można odnaleźć sporo osób z takimi zdolnościami, co dawałoby możliwość wykorzystania ich w procesie pracy. Kreatywność wynika ze stanu zdziwienia i zaciekawienia, który motywuje do wytwarzania pomysłów (Kuśpit, Tychmanowicz, Zdybel, 2016, s. 9).

Takie rozumienie kreatywności wskazuje, że z jednej strony jest ona pewną zdolnością czy też dyspozycją. Z drugiej strony jest związana z poszukiwaniem odpowiedzi i możliwości lepszego funkcjonowania. Można stwierdzić, że za kreatywność odpowiadają procesy, które występują u każdego człowieka: uwaga, percepcja, myślenie, motywacja, emocje, ale u osób kreatywnych przejawiają się w specyficzny sposób. Można próbować określić te specjalne zdolności odpowiadające za kreatywność.

Istnieją różne opisy osób kreatywnych. Warto też zaznaczyć, że w literaturze pojawia się odniesienie do kreatywności jako cechy, która występuje w populacji i rozkłada się w naturalny sposób – od osób mało kreatywnych do bardzo kreatywnych (zob. Nęcka, 2005a; Szopiński, 2013). W związku z tym w każdej społeczności będą pojawiać się osoby bardzo kreatywne, które mogą chcieć swój potencjał realizować. Natomiast od czynników środowiskowych i społecznych będzie zależało, czy kreatywność osób przeciętnych będzie miała szansę się rozwijać i znajdzie zastosowanie. Środowisko będzie sprzyjać lub hamować kreatywność ludzką.

Kreatywność jako zdolność do tworzenia wymaga uruchomienia zasobów poznawczych, możliwości motywacyjno-emocjonalnych i uwarunkowań osobowościowych. Korelacja wymienionych czynników może odpowiadać za realizację postawionych sobie celów i zadań oraz rozwinięcie potencjału jednostki (Wróblewska, 2016, s. 133).

Przegląd literatury pokazuje różne właściwości osób kreatywnych. Osobowość kreatywna to pewien zbiór charakterystycznych właściwości czy zachowań. Dotyczy to zarówno, jak i cech osobowości czy specyfiki myślenia. Na przykład w 2002 roku Richard Florida wprowadził pojęcie „klasy kreatywnej” (zob. Klineciewicz, 2012; por. Zakrzewska, 2016). Tworzą ją ludzie, którzy traktują kreatywność jako odpowiedź na wyzwania otaczającego świata. Kreatywność w tym wypadku jest cechą pożądaną i atrakcyjną, wiąże się z niezależnością i indywidualnością.

Proctor (Proctor, 1998, s. 48) zwraca uwagę na ciekawość osób kreatywnych zaangażowanych w działania związane z poszukiwaniem nowych idei czy rozwiązań. Kreatywności sprzyjają zainteresowania estetyczne, umiejętność i chęć rozwiązywania

złożonych, skomplikowanych problemów oraz niski lęk przed odrzuceniem pomysłów czy rozwiązań (Nęcka, 2000, s. 84).

Według Bienioka „człowiek kreatywny to ktoś pomysłowy, twórczy, aktywny, zaradny, bystry i dynamiczny, potrafiący generować i syntetyzować niebanalne, niekonwencjonalne, nowatorskie, oryginalne i ciekawe rozwiązania” (Bieniok, 2014, s. 102).

Nęcka, opisując osoby twórcze, kładzie nacisk na kilka cech osobowości (zob. Nęcka, 2000; Nęcka, 2005a). Wyróżnia trzy cechy: wytrwałość, niezależność oraz otwartość. Wskazuje też na znaczenie inteligencji i zaburzenia zachowania. Pojawiają się pewne różnice między osobami twórczymi, które są w stanie coś wykreować, a osobami, które cechuje twórczość powszechna, bardziej charakterystyczna dla kreatywności. Te różnice przejawiają się zaburzeniach. Wskaźniki kreatywności są wyższe u osób mających tendencję do stanów hipomaniakalnych, u tych cierpiących na psychozę dwubiegunową oraz u krewnych pacjentów (Nęcka, 2005a, s. 139).

Można wnosić, że cechy osób kreatywnych stanowią pewien zbiór i są połączone ze sobą. Konglomerat cech pożądanых może zwiększać prawdopodobieństwo kreatywności.

2. Cechy osób kreatywnych

Mihály Csíkszentmihályi szerzej opisuje osoby twórcze. Wyróżnia dziesięć cech charakterystycznych (www.psychologytoday.com/articles/199607/the-creative-personality, 24.06.2017). Jego klasyczne już podejście do osób twórczych znajduje odzwierciedlenie w nowszych badaniach dotyczących kreatywności i osób kreatywnych.

Pierwszą wyróżnioną cechą jest **energia**. Przy czym objawia się ona bardziej wewnętrznie niż zewnętrznie. Daje możliwość wielogodzinnej koncentracji, która jest konieczna w twórczej pracy. Jednocześnie potrzebny jest też odpoczynek i wytchnienie od pracy. Ta energia wynika z genów, czyli pojawia się na poziomie biologicznym, ale jej przejawy związane są z realizacją celów twórczych osób. Ten pogląd zgodny jest z powiązaniem emocji. Osoby kreatywne, nawet kiedy przeżywają negatywne emocje, to z niskim napięciem (Matczak, Knopp, 2013, s. 124). Wysokie napięcie i negatywne emocje utrudniałyby koncentrację i mogłyby powodować niemożność realizacji celów.

Drugą cechą jest **inteligencja**. Inteligencja wysoka, ale niekoniecznie wyższa niż 120 IQ. Okazuje się, że powyżej tego poziomu kreatywność nie wzrasta (zob. Bieniok, 2014; Korkosz-Gębska, 2014; Nęcka, 2000; Nęcka, 2005a). Inteligencja jest przydatna w kreatywności, ale stanowi tylko wstęp do niej (Bieniok, 2014, s. 105).

Kreatywność nie jest tym samym co inteligencja, gdyż stanowi bardziej inteligencję praktyczną przejawiającą się pod postacią mądrości (zob. Bieniok, 2014; Ujwary-Gil, 2004). Powstało nawet pojęcie inteligencji twórczej (Rea, 2003; za

Karwowski, 2010, s. 96). Osoba posiadająca taką inteligencję łączy cechy osoby inteligentnej myślącej krytycznie oraz osoby twórczej – przejawiające się w tendencji do zabawy. Inteligencja twórcza dawałaby możliwość ekspresji kreatywności. Można bowiem pozostać osobą kreatywną, czyli pomyslową, ale bez realizacji tej kreatywności w twórczości. Wydaje się, że w sytuacji pracy pożądane są osoby kreatywne, ale też możliwości realizacji tej kreatywności na polu pracy. Stając się ekspertem, nabywając wiedzę z danej dziedziny, osoba kreatywna może wykorzystywać swoje możliwości w dziedzinie, w której pracuje.

Najbardziej popularna koncepcja dotycząca myślenia osób kreatywnych należy do J.P. Guilforda (zob. Nęcka, 2000; por. Ujwary-Gil, 2004; Nęcka, 2005a; Chybicka, 2006). Guilford wskazał na trzy cechy myślenia osób kreatywnych. Pierwszą jest płynność, rozumiana jako produktywność przejawiająca się w liczbie wytwarzanych pomysłów czy rozwiązań. Drugą cechą jest giętkość, czyli różnorodność, korzystanie w wymyślanych rozwiązaniach z różnych dziedzin i obszarów. Ostatnią cechą okazuje się oryginalność oznaczająca wyjątkowość i niezwykłość oraz nowość idei, pomysłów czy rozwiązań (por. Chybicka 2006, Nęcka 2005). Osoby kreatywne wykorzystują myślenie tak jak wszyscy, ale robią to w odmienny sposób niż mniej kreatywni. Kreatywność daje wielość pomysłów, ich zróżnicowanie oraz wyjątkowość.

Trzecim czynnikiem istotnym dla kreatywności jest **połączenie beztroski, zabawy i żartobliwości z odpowiedzialnością, wytrwałością i wytrzymałością**. W twórczości ważne jest dążenie do rozwiązania nowego i wartościowego, co wymaga poświęcenia czasu i energii, niepoddawania się ewentualnym porażkom w realizacji celu i poszukiwaniu twórczego rozwiązania. Nęcka również opisuje wytrwałość jako jedną z cech osobowości ważną dla kreatywności (Nęcka, 2005a, s. 137-138). Kreatywność oznacza zdolność realizacji zamierzonych celów i zadań. Wymaga przewyższania barier wewnętrznych i zewnętrznych oraz daje możliwość radzenia sobie w trudnych sytuacjach (Strzałecki, 2005, s. 47). Kreowanie nowych pomysłów polega na bawieniu się myślami, eksperymentowaniu, wytwarzaniu wielu idei, które mogą być śmieszne, zabawne, gdyż kreatywne myślenie jest swobodne (Bieniok, 2014, s. 105). Osoby kreatywne są motywowane do rozważania, wymyślenia, przetwarzania różnych pomysłów, co wiąże się dla nich z przyjemnością. Mają wiele różnorodnych myśli, ważnych i mniej ważnych (Chamorro-Premuzic, 2016, 13.06.2017).

Proces twórczy związany jest z przeżywaniem różnorodnych emocji. W trakcie zadania złożonego i trudnego może dochodzić do pojawienia się znużenia, zniechęcenia, znużenia, niechęci itp. (Tokarz, 2011, s. 330). Podjęcie znowu działania, nieprzerwanie aktywności wymaga wytrwałości. Rozwiązywanie problemów, uruchomienie procesu twórczego wiąże się z powstawaniem przeciwstawnych emocji. Tokarz opisuje je pod postacią par: euforia–depresja, moc–bezsilność, pasja–zniechęcenie, pycha–pokora (Tokarz, 2011, s. 336-343). Rozpoczynając proces twórczy, należy liczyć się z utrzymaniem w przewodzie tych emocji, które sprzyjają

rozwiązaniu problemu i twórczości. Przewaga depresji, bezsilności, zniechęcenia może powodować porzucenie aktywności. Dlatego osoby kreatywne mogą nie realizować swojego potencjału i rezygnować z twórczości ze względu na trudności związane z procesem prowadzącym do twórczych rozwiązań, który okazuje się wymagający pod względem emocjonalnym.

Z jednej strony osoby kreatywne bawią się samym wymyśleniem rozwiązań czy opracowywaniem pomysłów i idei, co pobudza ich motywację wewnętrzną. Z drugiej strony dojście do rozwiązania twórczego wymaga czasu i wiąże się z wieloma trudnościami i przeszkodami, potrzebna jest więc wytrwałość i silna motywacja ukierunkowana na cel, jakim jest znalezienie twórczego rozwiązania.

Czwarta cecha to **wyobraźnia połączona z myśleniem racjonalnym i realistycznym**. Okazuje się, że trzeba użyć fantazji, aby móc wymyślić niektóre pomysły czy idee. Jednocześnie należy zastosować myślenie realistyczne, aby dostosować pomysły czy rozwiązania do rzeczywistości. O znaczeniu wyobraźni wspomina wielu autorów (zob. Bieniok, 2014; Nęcka, 2005a; Sloane, 2005; Chybicka, 2006). Wyobraźnia wspomaga myślenie, ale też jest potrzebna do myślenia na temat sposobów realizacji idei czy pomysłów (Bieniok, 2014, s. 102). Twórcze rozwiązanie cechuje się nowością i użytecznością. Wyobraźnia jest potrzebna, aby nie mieć hamulców w wymyśleniu oryginalnych pomysłów, taka osoba ma nieograniczone możliwości i nie ma dla jej myślenia barier. Myślenie realistyczne pozwala na dostosowanie tych niecodziennych pomysłów do rzeczywistości, zawiera w sobie pierwiastek myślenia o użyteczności, czyli możliwości zastosowania wytworzonych rozwiązań czy idei.

Piątą właściwością jest **wykazywanie cech introwertywnych i ekstrawertywnych**. U osób kreatywnych następuje połączenie ekstrawersji i introwersji. Może to wynikać z potrzeby pracy indywidualnej, gdy trzeba pracować nad pomysłami, zastanawiać się nad nimi i snuć rozważania, a jednocześnie potem trzeba umieć je przekazać innym ludziom. Zajmowanie się wymyśleniem pomysłów wymaga nastawienia na siebie, na swój proces wewnętrzny, kontakt z własnymi myślami. Do odpowiedniego przekazania pomysłów czy rozwiązań potrzebne są umiejętności społeczne.

Po szóste, osoby twórcze mają **poczucie własnej wartości** w dziedzinie, którą się zajmują. Mogą wydawać się zadufane w sobie. Ich duma wynika z miejsca, jakie zajmują w ciągu osób tworzących dany obszar zainteresowania. Potrafią też być pokorni wobec dokonanych poprzedników. Inni autorzy zwracają uwagę na narcyzm osób kreatywnych (Nęcka, 2005; Chamorro-Premuzic, 2016). Wiara we własne możliwości wydaje się kluczowa dla twórczości, gdyż pozwala na radzenie sobie w sytuacjach, gdy brakuje zewnętrznych nagród (Strzałecki, 2005, s. 47). Brak akceptacji ze strony otoczenia może powodować porzucenie zajmowania się danym tematem, jednak osoby kreatywne mają zaufanie do własnego myślenia i jego wytworów.

Csikszentmihalyi jako siódmą cechę podaje **androgynię psychiczną**. Androgynia jest jednym z rodzajów płci w ujęciu psychologicznym. Oznacza połączenie męskich i kobiecych cech osobowości (por. Kaufmann, 2013; Terelak, 2005). Daje

możliwość spojrzenia z różnych perspektyw (Barber, 2010, 12.06.2017), powoduje większą elastyczność myślenia i spojrzenie na problem w sposób, który nie zostaje ograniczony kulturowo.

Po ósme, osoby kreatywne mają łączność z tradycją, co może być rozumiane jako konserwatyzm. Jednocześnie wykazują tendencje do bycia rewolucjonistami. Przy czym najpierw muszą poznać jakąś dziedzinę, aby zadziałać w niej w sposób nowoczesny. Muszą też podjąć ryzyko, bo nie da się przewidzieć, jak potoczy się odbiór ich dokonań. Muszą być gotowe zaryzykować z wystąpieniem ze swoimi pomysłami. Nie zawsze pomysły bywają przyjmowane, a nawet mogą być odrzucone w drastyczny sposób ze względu na ich niestandardowość i wychodzenie poza przyjęte schematy myślenia.

Dziewiątą cechą charakterystyczną jest **pasja i zaangażowanie**. Ważne jest tutaj zainteresowanie własną dziedziną. Jednak taka postawa wcale nie powoduje braku obiektywizmu. Obiektywne spojrzenie na własną pracę potrzebne jest w twórczej pracy. Pasja i zaangażowanie związane są z motywacją, która u osób kreatywnych ma charakter motywacji immanentnej, samoistnej (zob. Nęcka, 2000; Nęcka, 2005a; Tokarz, 2005). Amabile w 1983 roku stworzyła koncepcję motywacji wewnętrznej wyznaczającej kreatywność. Ten rodzaj motywacji wpływa na postawę odpowiadającą za stawianie sobie zadań i chęć ich realizacji. Zadania te są ciekawe i interesujące dla osoby oraz stanowią wyzwanie (Amabile, Pillemer, 2011, s. 9). Aktualnie uważa się, że motywacja instrumentalna i autonomiczna występują w równowadze (Tokarz, 2005, s. 55-56). Motywacja instrumentalna powoduje ukierunkowanie na cel, natomiast autonomiczna oznacza działanie ze względu na czerpaną z niego przyjemność i satysfakcję. W takim wypadku sama aktywność jest nagrodą.

Ostatnią cechą, dziesiątą, stanowi **wrażliwość** oznaczająca niższy próg bólu, borykanie się z różnymi negatywnymi emocjami, ale też intensywne przeżywanie emocji. Badania dotyczące wpływu nastroju na kreatywność wskazują na znaczenie nastroju pozytywnego dla elastyczności i płynności myślenia. Osoba przeżywająca raczej pozytywne emocje wytwarza większą liczbę pomysłów czy rozwiązań i charakteryzują się one większą różnorodnością (wskaźnik ilościowy twórczego myślenia). Natomiast nastrój negatywny podnosi oryginalność i funkcjonalność rozwiązań (wskaźnik jakościowy) (Vosburg, 1998; za Tokarz 2011, s. 314). W sytuacji, gdy rozwiązanie jest szybko wytwarzane, wystarczy nastrój pozytywny, nastrój negatywny daje większą wytrwałość i jest pomocny w poszukiwaniu twórczych rozwiązań (Kaufmann, 2003; za Tokarz, 2011, s. 315). Osoba kreatywna niezadowolona ze swych pomysłów będzie przeżywać negatywne emocje, ale jednocześnie będzie dążyć do rozwiązania twórczego. Stany negatywne wzmagają wytrwałość. Pozytywne emocje przekazują podmiotowi informację o wysokiej jakości wymyślanych rozwiązań, co powoduje przerwanie aktywności. Negatywny stan motywuje do wykonania różnych czynności w celu jego zredukowania (Tokarz, 2011, s. 311-315; s. 324-325). Jednak najbardziej twórcze wydaje się występowanie naprzemiennych stanów manii

i depresji, gdyż nakładające się na siebie nastroje powodują możliwość zwiększenia liczby oryginalnych i nowych pomysłów (zob. Nęcka, 2005a; por. Tokarz, 2011).

Dziesięć wyróżnionych cech nie wyczerpuje wiedzy na temat osób kreatywnych. Do koncepcji Csikszentmihalyiego można dodać jeszcze inne właściwości.

W przypadku osób kreatywnych podaje się jako cechę wyróżniającą **skłonność do ryzyka** polegającą na gotowości do podejmowania wyzwań w myśleniu i poruszanie się po obszarach nieznanymi (zob. Bieniok, 2014; Nęcka, 2000). Twórczość nie jest dziedziną bezpieczną.

W twórczości ważne jest, w jaki sposób funkcjonuje mózg osób kreatywnych. Wiele mitów dotyczących tej kwestii, na podstawie badań, uległo obaleniu, jak te o przewodze jednej z półkul mózgowych (Lilienfeld, Lynn, Ruscio, Beyerstein, 2011; Chylińska 2016). Dzisiaj wiadomo już, że obie półkule są wykorzystywane. Osoby kreatywne i niekreatywne mają emocje, motywację i procesy. Jednak te pierwsze potrafią tak funkcjonować, że doprowadzają do twórczych idei czy rozwiązań.

Pragmatyczny opis kreatywnych osób wykazujących się zdolnościami, np. w przedsiębiorczości, podał Strzałecki (zob. Strzałecki, 2005; Tokarz 2005a). Właściwości istotne dla takiej kreatywności to: aprobaty życia, silne ego, samorealizacja, elastyczność struktur poznawczych oraz wewnętrzna sterowność. **Silne ego** związane jest z motywacją, która odpowiada za chęć przezwyciężania przeszkód pojawiających się w procesie rozwiązywania problemów. Oznacza też zintegrowaną osobowość, poczucie własnej wartości oraz radzenie sobie z niepokojem i lękiem. **Samorealizacja** to zdolność realizacji stawianych sobie celów, często odległych w czasie. Dodatkowo samorealizacja wiąże się z byciem osobą ambitną. **Aprobata życia** przejawia się w aktywności, podejmowaniu wyzwań wynikających ze stawianych celów. **Elastyczność struktur poznawczych** bazuje na ciekawości poznawczej. Przede wszystkim daje oryginalność myślenia i pozwala radzić sobie ze złożonym i niejasnym problemem. **Wewnętrzna sterowność** to uniezależnienie od źródeł zewnętrznych i system wartości, do którego osoba kreatywna się odwołuje.

Popek stawia postulat dotyczący badania kreatywności w sposób systemowy, całościowy, uwzględniający wiele aspektów twórczości (Popek, 2016, s. 37). Przegląd literatury dotyczącej kreatywności wskazuje na różnorodne obszary wymagające badań. Pokazuje też jak, ważne wydaje się łączenie wymienianych wielokrotnie aspektów twórczości: osobowościowych, emocjonalnych, motywacyjnych, postaw związanych z twórczością czy szeroko rozumianym otoczeniem społecznym, środowiskiem, w którym funkcjonuje osoba kreatywna.

3. Kreatywność jako cecha pozytywna i negatywna

Pozytywne znaczenie kreatywności wydaje się oczywiste. Przede wszystkim może stanowić wartość dodaną pozwalającą na większe możliwości adaptacyjne,

umiejętność radzenia sobie w trudnych, niestandardowych sytuacjach. Kreatywność daje też możliwość wytwarzania rozwiązań nowych i wartościowych. Ta pozytywna strona została pokazana w pierwszej części w opisie kreatywności i jest dobrze opracowana.

Natomiast pokazanie kreatywności jako cechy mającej aspekty negatywne często jest pomijane albo pojawia się na marginesie mówienia o niej.

Wśród cech osób kreatywnych może zaznaczać się **skłonność do obniżonego nastroju i przeżywania negatywnych emocji** (Nęcka, 2005a; Chamorro-Premuzic, 2016). Zajmowanie się twórczością może pomagać radzić sobie z trudnościami, ale też może prowadzić do zaburzeń. U osób twórczych częściej występują zaburzenia typu depresja czy psychopatia (Tokarz, 2005a, s. 204). Nastroje osób kreatywnych mogą też być trudne dla otoczenia zewnętrznego i współpraca z takimi osobami może nie być łatwa.

Twórczości sprzyjają zarówno emocje pozytywne, jak i negatywne, co uzależnione jest od zadania lub etapu procesu twórczego (Matczak, Knopp, 2013, s. 123). **Przeżywanie negatywnych emocji, negatywny nastrój** sprzyja twórczości w dalszych etapach procesu. Takie przeżycia mogą oddziaływać na zachowanie jednostki i jej kontakty z otoczeniem. Osoby kreatywne, podejmując pracę twórczą, muszą liczyć się z przeżywaniem negatywnych emocji. Pozytywne stany i doświadczane emocje, takie jak euforia, pasja, radość, duma, motywują do twórczości. Jednak negatywne, typu zniechęcenie, depresja, znużenie itp., mogą przeważać stany pozytywne, co stwarza trudności w funkcjonowaniu. Twórczość stawia wymagania podtrzymywania pozytywnych emocji i niepoddawania się negatywnym. Przy czym nie jest to wcale proste zadanie.

Myślenie kreatywnych osób powinno prowadzić do nowych i oryginalnych pomysłów. Jednocześnie w tym procesie dochodzi do powstawania **wielu myśli i idei, które mają różny stopień ważności**. To powoduje czasami niezdolność do wycofywania z myślenia nieistotnych pomysłów (Chamorro-Premuzic, 2016; 27.06.2017). Natłok myśli może być trudny do opanowania i mogą się pojawić problemy z ich selekcją.

Kreatywność wiąże się z otwartością poznawczą, która oznacza otwarcie się na nowe doświadczenia, niechęć do rutyny (Migdał, 2003; Nęcka, 2005a). Taka cecha może prowadzić do szybkiego odczuwania nudy, niechęć do konwencjonalności. Umysł takich osób może mieć **tendencję do nieszczerości wobec siebie i innych**. Chęć kreowania świata, własnego życia, autokreacja wydają się ważniejsze niż trzymanie się faktów i rzeczywistości (Chamorro-Premuzic, 2016, 27.06.2017). Otwartość poznawcza powoduje, że osobom kreatywnym trudno odnaleźć się w sytuacjach rutynowych i ich działanie może pogarszać się w warunkach systematycznie powtarzających się (Chybicka, 2006, s. 95). Osoby kreatywne potrzebują stałej stymulacji dla swoich możliwości. W sytuacji pracy wiele aktywności bywa powtarzalnych, więc osoby kreatywne mogą gorzej funkcjonować, kiedy praca stawia takie wymagania.

Kreatywność może też wiązać się z **narcyzmem**. Nastawienie na siebie powoduje koncentrację na własnych myślach i pomysłach, co może sprzyjać kreatywności (zob. Chamorro-Premuzic, 2016; Nęcka, 2000). Natomiast tendencje narcystyczne mogą utrudniać funkcjonowanie społeczne i relacje interpersonalne. Klasa kreatywna, pojęcie wprowadzone przez Floridę, pokazuje ujemne cechy osób kreatywnych, chociaż on sam nie zwraca na to uwagi. Należą do nich: nastawienie na własny sukces i narcyzm rozumiany jako samouwielbienie. Takie osoby oczekują od innych podziwu i akceptacji. Często mogą mieć podwyższoną samoocenę, która nie wynika z rzeczywistych walorów tych osób (Zakrzewska, 2016, s. 44-49). Aktualnie ważne są umiejętności społeczne, między innymi umiejętność współpracy. Cechy podane wyżej tę współpracę mogą utrudniać, np. przez niechęć do przyjmowania krytycznych uwag.

Nonkonformizm wynikający z niezależności jako cechy może także przysparzać kłopotów. Osoby kreatywne mogą być odbierane jako nieprzewidywalne, mało chętne do współpracy. Nieustępliwość, trzymanie się własnych przekonań mogą być negatywnie odbierane przez otoczenie.

Zarządzanie kreatywnymi pracownikami stawia pewne wymagania wobec menedżerów mających kierować ich pracą. Biorąc pod uwagę osobowość kreatywnych osób, może nie być to łatwe zadanie. Kreatywność potrzebuje określonego klimatu. Można przyjąć do pracy osobę kreatywną, sprawdzić ją przy rekrutacji, ale wcale nie oznacza to, że pracownik cechujący się kreatywnością wykorzysta ją w swojej pracy. Wiele osób rezygnuje z kreatywności z różnych powodów. Ta rezygnacja może mieć przyczynę w czynnikach organizacyjnych, w kierowaniu (postawa menedżera) oraz w czynnikach osobowościowych. Ważna też jest umiejętność oddziaływania na motywację kreatywnych pracowników – pobudzanie motywacji wewnętrznej, nieniszczenie jej, co łatwo uczynić, stosując chociażby nadmierną kontrolę. Oczywiście kontrolowanie jest ważne w procesie pracy i należy to robić, ale trzeba też wiedzieć, jak je stosować w stosunku do kreatywnych pracowników, aby podtrzymać ich motywację. Istotne jest także umiejętne stosowanie motywacji zewnętrznej, odpowiednie nagradzanie twórczej aktywności.

Podsumowanie

Przegląd literatury odnoszącej się do cech osobowości osób kreatywnych dostarcza wielu pytań i hipotez dotyczących znaczenia wielu właściwości czy zachowania dla kreatywności. W artykule kreatywność była rozpatrywana jako cecha uwarunkowana osobowościowo. Ważnymi obszarami, które wymagałyby rozszerzenia, są motywacja, emocje i postawy wobec kreatywności. Przeszkodą w opisie pewnych aspektów kreatywności może być stały rozwój wiedzy dotyczącej kreatywności i pojawianie się nowych elementów. Problemem jest także czasami określenie, jak

dana właściwość wpływa na kreatywność. Przykładem są zaburzenia zachowania. Nie wiadomo, czy zajmowanie się twórczością prowadzi do zaburzeń, czy z nich wynika. Tak samo jak odpowiedź na pytanie o znaczenie emocji czy inteligencji emocjonalnej dla kreatywności wydaje się otwarta. Liczne badania skupiały się na pozytywnym znaczeniu kreatywności i pomijały cały obszar trudności czy problemów z nią związanych. Wiele kreatywnych osób nie podejmuje się twórczości, bo ma ona swój koszt, którego jednostka czasami nie może zaakceptować. Dlatego ważne jest określenie znaczenia kreatywności przez pracodawcę i oczekiwań względem osób rekrutowanych. Przyjęcie do pracy osoby kreatywnej musi wiązać się z pomysłem na zagospodarowanie tej kreatywności, należy mieć na względzie jej aspekty negatywne i wymagania związane z możliwością rozwoju kreatywności.

LITERATURA

- [1] ANTOSZKIEWICZ J.D., ANTOSZKIEWICZ E.A., PIECH K., *Kształcenie kreatywności w praktyce gospodarczej*, [w:] K.J. Szmidt, K.T. Piotrowski (red.), *Nowe teorie twórczości*, „Impuls”, Kraków 2005.
- [2] BIENIOK H., *Miejsce kreatywności w procesie projektowania procesu strategii organizacji. Impresje na tle dorobku Profesora Adama Stabryły*, Mfiles.pl, Kraków 2014.
- [3] CHYBICKA A., *Psychologia twórczości grupowej*, Oficyna Wydawnicza „Impuls”, Kraków 2006.
- [4] CHYLIŃSKA M., *Twórca i jego mózg. O kilku problemach związanych z lokalizacyjnymi teoriami twórczości*, [w:] M. Kuśpit, A. Tychmanowicz, J. Zdybel, (red.), *Twórczość, kreatywność, innowacyjność*, Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej, Lublin 2016.
- [5] DOBROŁOWICZ W., *Dwa kierunki badania twórczości*, [w:] W. Dobrołowicz, J. Gralewski (red.), *Kreatywność*, Wszechnica Polska – Szkoła Wyższa Wiedzy Powszechniej, Warszawa 2005.
- [6] JERZYK E., LESZCZYŃSKI G., MRUK H., *Kreatywność w biznesie*, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Poznaniu, Poznań 2006.
- [7] KARWOWSKI M., *Konstelacje zdolności. Typy inteligencji a kreatywność*, Oficyna Wydawnicza Impuls, Kraków 2010.
- [8] KLINCIEWICZ K., *Koncepcja klasy kreatywnej Richarda Floridy i klasa kreatywna w Polsce*, [w:] K. Klinciewicz, *Klasa kreatywna w Polsce*, Wydawnictwo Naukowe Wydziału Zarządzania Uniwersytetu Warszawskiego, Warszawa 2012.
- [9] KUŚPIT M., TYCHMANOWICZ A., ZDYBEL J., *Twórczość, kreatywność, innowacyjność*, Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej, Lublin 2016.
- [10] LILIENFELD S.O., LYNN S.J., RUSCIO J., BEVERSTEIN B.L., *50 wielkich mitów psychologii popularnej*, Wydawnictwo Cis, Warszawa – Stare Groszki 2011.
- [11] MATCZAK A., KNOPP K.A., *Znaczenie inteligencji emocjonalnej w funkcjonowaniu człowieka*, 2013, Wydawnictwo Stowarzyszenia Filomatów, www.LiberiLibri.pl.
- [12] NĘCKA E., *Twórczość*, [w:] J. Strelau (red.), *Psychologia*, t. 2, Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, Gdańsk 2000.
- [13] NĘCKA E., *Psychologia twórczości*, Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, Gdańsk 2005a.
- [14] NĘCKA E., *Trening twórczości*, Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, Gdańsk 2005b.

- [15] POPEK S.L., *Nowe horyzonty i problemy badawcze w psychologii twórczości*, [w:] M. Kuśpit, A. Tychmanowicz, J. Zdybel, (red.), *Twórczość, kreatywność, innowacyjność*, Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej, Lublin 2016.
- [16] PROCTOR T., *Zarządzanie twórcze*, Gebethner & Ska, Warszawa 1998.
- [17] PROCTOR T., *Twórcze rozwiązywanie problemów*, Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, Gdańsk 2003.
- [18] SLOANE P., *Twórcze myślenie w zarządzaniu*, Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, Gdańsk 2005.
- [19] STANISŁAWIAK E., *Możliwości i ograniczenia w kształtowaniu postaw twórczych*, [w:] A. Kosieradzka (red.), *Metody i techniki pobudzania kreatywności w organizacji i zarządzaniu*, edu-Libri, Warszawa (e-book) 2013.
- [20] STASIAKIEWICZ M., *Twórczość i interakcja*, Wydawnictwo Naukowe UAM, Poznań 1999.
- [21] STRZAŁECKI A., *Psychologiczne wymiary efektywności funkcjonowania polskich menedżerów w warunkach transformacji ustrojowej*, [w:] A. Tokarz (red.), *W poszukiwaniu zastosowań psychologii twórczości*, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2005.
- [22] SZOPIŃSKI J., *Kreatywność menedżerów a ich funkcjonowanie rodzinne, zawodowe osobowościowe*, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2004.
- [23] SZOPIŃSKI J., *Psychologiczne podstawy kreatywności*, [w:] A. Kosieradzka (red.), *Metody i techniki pobudzania kreatywności w organizacji i zarządzaniu*, edu-Libri, Warszawa (e-book) 2013.
- [24] TERELAK J.F., *Psychologia organizacji i zarządzania*, Centrum Doradztwa i Informacji Difin, Warszawa 2005.
- [25] TOKARZ A., *Dynamika procesu twórczego*, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2005a.
- [26] TOKARZ A., *Motywacja jako warunek aktywności twórczej*, [w:] A. Tokarz (red.), *W poszukiwaniu zastosowań psychologii twórczości*, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2005b.
- [27] TOKARZ A., *Procesy emocjonalne w aktywności twórczej*, [w:] D. Doliński, W. Błaszczak, *Dynamika teorii. Teoria i praktyka*, Wydawnictwo Naukowe PWN, 2011.
- [28] UJWARY- GIL A., *Inwentyka, czyli kreatywność w biznesie. Wybrane zagadnienia*, WSB-NLU, Nowy Sącz 2004.
- [29] WEST M.A., *Rozwijanie kreatywności wewnątrz organizacji*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2000.
- [30] Wróblewska M., *Mechanizmy rozwoju podmiotowych zasobów twórczych i transgresyjnych w dorosłości*, [w:] M. Kuśpit, A. Tychmanowicz, J. Zdybel (red.), *Twórczość, kreatywność, innowacyjność*, Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej, Lublin 2016.
- [31] ZAKRZEWSKA I., *Człowiek kreatywny według Richarda Floridy*, [w:] M. Kuśpit, A. Tychmanowicz, J. Zdybel (red.), *Twórczość, kreatywność, innowacyjność*, Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej, Lublin 2016.

NETOGRAFIA

- [1] AMABILE T.M., PILLEMER J., 2011, *Perspectives on the Social Psychology of Creativity*, https://dash.harvard.edu/bitstream/handle/1/9349326/Perspectives_Soc%20Psych%20of%20Cre_AmabilePillemer_JCB_v07_12%2011%2011.pdf?sequence=2 (28.06.2016).
- [2] BARBER N., 2010, *The Secret of Creativity: an Oblique Perspective*, <https://www.psychologytoday.com/blog/the-human-beast/201009/the-secret-creativity-oblique-perspective> (12.06.2017).

-
- [3] CHAMORRO-PREMUZIC T., 2016, *Ciemna strona kreatywności*, <https://www.hbrp.pl/b/ciemna-strona-kreatywnosci/XIN6jS5a> (13.06.2017).
- [4] CSIKSZENTMIHALYI M., 2016, *The Creative Personality*, <https://www.psychologytoday.com/articles/199607/the-creative-personality> (29.06.2017).
- [5] DI FIORRE A., 2016, *Kreatywność przez male „k” ma kluczowe znaczenie*, <https://www.hbrp.pl/b/kreatywnosc-przez-male-k-ma-kluczowe-znaczenie/1HoJXfTKE> (3.07.2017).
- [6] KAUFMANN S.B., 2013, *Blurred lines, Androgyny And Creativity*, <https://blogs.scientificamerican.com/beautiful-minds/blurred-lines-androgyny-and-creativity/> (3.07.2017).
- [7] KAUFMANN S.B., 2016, *Relaxation Benefits Introverts More Than Extraverts In Boosting Creativity*, <https://blogs.scientificamerican.com/beautiful-minds/relaxation-increases-creativity-of-introverts-more-than-extraverts/> (4.07.2017).
- [8] KORKOSZ–GĘBSKA J., 2014, *Kreatywność i innowacje w zarządzaniu nowoczesnym przedsiębiorstwem*, http://www.ptzp.org.pl/files/konferencje/kzz/artyk_pdf_2014/T2/t2_956.pdf (4.07.2017).

